

## Pengaruh Terpaan Media dan *Celebrity Worship* terhadap Tingkat Adiksi Drama Korea pada Dewasa Awal

Yi Thing<sup>1</sup>, Wulan Purnama Sari<sup>2</sup>, Lydia Irena<sup>3\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email : [yithing.915210196@stu.untar.ac.id](mailto:yithing.915210196@stu.untar.ac.id)

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: [wulanp@fikom.untar.ac.id](mailto:wulanp@fikom.untar.ac.id)

<sup>3</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*  
Email: [lydia@fikom.untar.ac.id](mailto:lydia@fikom.untar.ac.id)

---

Masuk tanggal : 20-12-2024, revisi tanggal : 25-01-2025, diterima untuk diterbitkan tanggal : 21-02-2025

---

### **Abstract**

*Media exposure plays a significant role in increasing the popularity of Korean dramas. Human life is also greatly influenced by technology and the mass media. In an effort to find their identity, adolescents often idealize celebrities as perfect role models, a phenomenon commonly known as celebrity worship. With this background, this study aims to analyze the influence of media and celebrity worship on Korean drama addiction among early adults. A quantitative method with a questionnaire instrument was used, and the multiple linear regression data analysis technique was applied to test the hypothesis. The results of the study found that media exposure had a partial effect on the level of addiction, while the celebrity worship variable did not have a partial effect. This means that the more often someone is exposed to media related to Korean dramas and the higher the level of worship of the actors, the greater the likelihood they will be addicted to watching them. Simultaneously, media exposure and celebrity worship have an influence of 25.3% on the level of Korean drama addiction. In conclusion, this study provides empirical evidence that both media and celebrity worship play a significant role in driving Korean drama addiction among early adults.*

**Keywords:** *addiction behavior, celebrity worship, early adult, korean drama, media exposure*

### **Abstrak**

Terpaan media memainkan peran yang sangat signifikan dalam menaikkan popularitas drama Korea. Kehidupan manusia pun sangat dipengaruhi oleh teknologi dan media massa. Dalam upaya mencari identitas diri, remaja seringkali mengidealkan selebritas sebagai *role model* yang sempurna, hal ini biasa disebut sebagai *celebrity worship*. Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh media dan *celebrity worship* terhadap adiksi drama Korea pada kalangan dewasa awal. Metode penelitian kuantitatif dengan instrumen kuesioner digunakan, dan teknik pengolahan data analisis regresi linear berganda diaplikasikan untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian menemukan terpaan media berpengaruh secara parsial terhadap tingkat adiksi, sedangkan variabel *celebrity worship* secara parsial tidak memiliki pengaruh. Ini berarti, semakin sering seseorang terpapar media terkait drama Korea dan semakin tinggi tingkat pemujaannya terhadap para pemain, maka semakin besar kemungkinan mereka akan kecanduan tontonan tersebut. Secara simultan, terpaan media dan *celebrity worship* memiliki pengaruh sebesar 25,3% terhadap tingkat adiksi drama Korea. Simpulannya, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa baik media maupun pemujaan selebriti memiliki peran besar dalam mendorong kecanduan drama Korea pada kalangan dewasa awal.

**Kata Kunci:** *celebrity worship, dewasa awal, drama korea, perilaku adiksi, terpaan media*

## 1. Pendahuluan

Fenomena Hallyu atau gelombang Korea telah mencatatkan popularitas yang signifikan di Indonesia, terutama dalam beberapa dekade terakhir. Drama Korea, sebagai salah satu pilar utama Hallyu, berhasil memikat hati penonton dengan cerita yang menarik, kualitas produksi yang tinggi, dan kemampuannya untuk menggambarkan aspirasi serta nilai-nilai yang relevan dengan masyarakat modern (Torre dalam (Fiolitha, 2020)). Salah satu faktor kunci di balik kesuksesan drama Korea adalah peran media yang sangat dominan. Kemudahan akses melalui platform streaming online telah memungkinkan penonton untuk menikmati drama Korea kapan saja dan di mana saja. Selain itu, strategi pemasaran yang agresif dari agensi hiburan Korea Selatan, seperti teaser menarik, foto behind-the-scenes, dan interaksi aktor di media sosial, telah berhasil menciptakan tren dan meningkatkan minat penonton.

Menurut Bittner, komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan kepada khalayak luas melalui media seperti televisi, radio, surat kabar, dan internet. Ciri khas komunikasi massa adalah bersifat satu arah, impersonal, dan memiliki jangkauan yang luas. Fungsi utama komunikasi massa meliputi pengawasan, penafsiran, pertalian, penyebaran nilai-nilai, dan hiburan. Namun, efek komunikasi massa dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik individu maupun sosial (Kustiawan et al., 2022). Drama Korea menjadi salah satu komunikasi massa untuk menyampaikan pesan-pesan dalam sebuah cerita.

Terpaan media yang intens terhadap drama Korea telah membentuk persepsi dan preferensi penonton. Konsep celebrity worship atau pengidolaan terhadap selebritas Korea juga semakin menguat, di mana para penggemar sering kali mengidentifikasi diri dengan karakter dalam drama dan mengidolakan para aktornya (Sparta & Rheadanti, 2019). Lebih lanjut, penelitian menunjukkan bahwa drama Korea seringkali mengangkat tema-tema universal yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, seperti cinta, persahabatan, dan keluarga. Hal ini membuat penonton merasa terhubung dan dapat berempati dengan karakter-karakter dalam drama. Drama Korea juga seringkali menawarkan pelarian dari realitas yang penuh tekanan, sehingga penonton dapat merasa lebih santai dan bahagia (Marlin Benu et al., 2019).

Kecanduan menonton drama Korea telah menjadi perhatian, terutama di kalangan remaja dan dewasa muda. Beberapa faktor yang berkontribusi pada kecanduan ini antara lain: kemudahan akses, kualitas produksi yang tinggi, tema yang menarik, dan pengaruh celebrity worship. Kemampuan individu dalam mengontrol diri juga menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat kecanduan seseorang terhadap drama Korea (Ein-Gar & Sagiv dalam (Putri, 2022)).

Terpaan media mengacu pada seberapa sering dan seberapa lama seseorang terpapar pesan media. Frekuensi dan durasi terpaan media dapat mempengaruhi sikap, perilaku, dan pengetahuan individu (Josephine et al., 2019). Indikator terpaan media meliputi frekuensi penggunaan media, tingkat perhatian, dan durasi penggunaan (Ristia Amalia et al., 2019). *Celebrity worship* adalah fenomena pengidolaan terhadap selebritas yang melibatkan keterikatan emosional yang kuat. Penggemar sering kali mengidentifikasi diri dengan idola mereka dan meniru perilaku serta gaya hidup mereka (Subakuh & Febrieta, 2024). *Celebrity worship* dapat dibagi menjadi tiga tahap: *entertainment-social*, *intense personal*, dan *borderline pathological* (Ananda et al., 2024).

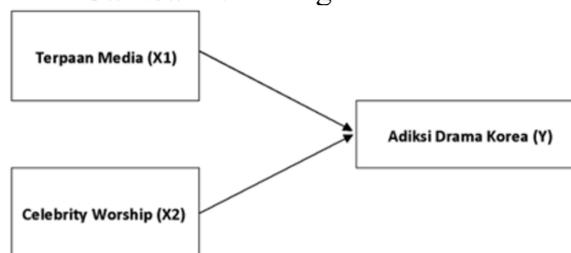
Adiksi drama Korea ditandai dengan pola penggunaan drama Korea yang berlebihan dan mengganggu kehidupan sehari-hari (Saliceti dalam (Okmy Intan

Cahyani et al., 2022). Indikator adiksi meliputi penarikan diri dari aktivitas sosial, kesulitan mengelola waktu, dan kecenderungan untuk mengganti realitas (Saragih, 2020).

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh terpaan media dan *celebrity worship* terhadap tingkat adiksi drama Korea pada kalangan dewasa awal. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara beberapa faktor dengan kecanduan drama Korea pada dewasa awal. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh paparan media serta fenomena *celebrity worship* terhadap kecanduan drama Korea di kalangan dewasa awal. Temuan dari studi ini dapat membuka kesempatan untuk penelitian lanjutan mengenai pengaruh budaya populer, khususnya drama Korea, terhadap berbagai aspek kehidupan individu. Temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh industri hiburan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan memahami preferensi penonton.

Penelitian terdahulu lebih fokus dalam menunjukkan hubungan antara *celebrity worship* dengan kesejahteraan psikologis penggemar (Tansy & Kuniawati, 2023), pengaruh perilaku remaja awal terhadap idolanya (Setyanto et al., 2017), serta dampak adiksi internet terhadap masalah emosional dan perilaku. Selain itu, penelitian juga menunjukkan bahwa terpaan drama Korea dapat mempengaruhi gaya hidup individu (Herawati & Utami, 2022).

**Gambar 1.** Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Data Peneliti (2024)

Penelitian ini mengambil hipotesa bahwa terpaan media dan *celebrity worship* memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat adiksi drama Korea pada dewasa awal. Terpaan media yang tinggi dapat meningkatkan kemungkinan seseorang menjadi kecanduan drama Korea, sementara *celebrity worship* dapat memperkuat keterikatan emosional dengan drama dan meningkatkan keinginan untuk menonton.

## 2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, kami telah memilih pendekatan kuantitatif sebagai kerangka kerja utama. Keputusan ini didasarkan pada sejumlah pertimbangan yang mendasari keunggulan metode ini dalam menjawab pertanyaan penelitian yang berkaitan dengan hubungan sebab-akibat antar variabel (Aiman et al., 2022). Penelitian ini menggunakan metode survei dengan desain *cross-sectional*. Desain ini dipilih karena memungkinkan pengumpulan data dari sampel yang besar pada satu titik waktu tertentu, sehingga dapat menggambarkan kondisi populasi pada saat penelitian dilakukan (Qomariah & Nofianti, 2017).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh dewasa awal yang memiliki minat pada drama Korea. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik *purposive*

*sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan rumus Lemeshow (Setiawan et al., 2022). Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memilih sampel yang relevan dengan tujuan penelitian. Definisi operasional digunakan untuk mengubah konsep abstrak menjadi variabel yang dapat diukur. Dalam penelitian ini, variabel-variabel seperti terpaan media, *celebrity worship*, dan adiksi drama Korea akan didefinisikan secara operasional agar dapat diukur menggunakan instrumen penelitian.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian *pretest-posttest*. Tahapan penelitian meliputi pengumpulan data awal (*pretest*), pemberian perlakuan (jika ada), dan pengumpulan data akhir (*posttest*). Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner akan disebar kepada responden untuk mengumpulkan data mengenai terpaan media, *celebrity worship*, dan tingkat adiksi drama Korea. Data yang dikumpulkan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya (Qomariah & Nofianti, 2017).

Data yang didapat dari kuesioner untuk melihat apakah ada hubungan antara menonton drama Korea dan mengidolai artis Korea dengan kecanduan menonton drama Korea. Sebelumnya, peneliti memeriksa dulu apakah data yang dimiliki sudah benar dan bisa digunakan untuk analisis. Setelah itu, menggunakan metode statistik tertentu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh menonton drama Korea dan mengidolai artis Korea terhadap kecanduan menonton drama Korea. Analisis regresi berganda ini akan menggunakan uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R-squared) untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen dan kekuatan model secara keseluruhan.

Kualitas data merupakan hal yang krusial dalam penelitian ini. Oleh karena itu, sebelum melakukan analisis data, kami akan melakukan pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Validitas berkaitan dengan kemampuan suatu instrumen untuk mengukur konstruk yang dimaksud, sementara reliabilitas mengukur sejauh mana instrumen tersebut memberikan hasil yang konsisten ketika diterapkan pada objek yang sama di waktu yang berbeda. Dengan memastikan kedua aspek tersebut, kami dapat meyakini bahwa data yang diperoleh dari kuesioner dapat diandalkan dan dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan yang sah (Qomariah & Nofianti, 2017).

### 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Drama Korea telah menjadi fenomena global yang sangat populer, terutama di kalangan generasi muda. Faktor-faktor seperti cerita yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, produksi yang berkualitas tinggi, serta kemudahan akses melalui platform streaming telah mendorong semakin banyak orang untuk menonton drama Korea. Selain menghibur, drama Korea juga berperan dalam membentuk budaya pop, gaya hidup, dan pandangan masyarakat. Penelitian ini akan fokus pada individu berusia 20-25 tahun yang memiliki minat pada drama Korea untuk memahami lebih dalam tentang pengaruh drama Korea terhadap perilaku dan preferensi penonton.

Sebelum melakukan penelitian utama, peneliti melakukan uji coba (*pretest*) pada 30 responden untuk mengukur validitas setiap pernyataan dalam kuesioner. Hasil uji coba menunjukkan bahwa sebagian besar pernyataan pada variabel terpaan media (X1) dan *celebrity worship* (X2) memiliki tingkat validitas yang baik. Namun, satu pernyataan pada variabel tingkat adiksi (Y) dinyatakan tidak valid karena tidak memenuhi ambang batas minimal. Oleh karena itu, pernyataan yang tidak valid ini

akan dihapus pada saat pelaksanaan penelitian utama (post-test). Dengan demikian, penelitian utama akan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitasnya, sehingga diharapkan data yang diperoleh lebih akurat dan reliabel.

Penelitian ini melibatkan responden dari berbagai wilayah, dengan konsentrasi terbesar di Jakarta. Bogor dan Bekasi memiliki jumlah responden yang relatif lebih sedikit dibandingkan Jakarta. Namun, penelitian ini juga melibatkan responden dari luar Jabodetabek, menunjukkan keragaman geografis yang cukup baik. Sebagian besar responden (63%) adalah perempuan, sementara sisanya (37%) adalah laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa minat menonton drama Korea lebih dominan pada perempuan. Responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia 21 tahun, diikuti oleh usia 20 dan 22 tahun. Kelompok usia 25 tahun merupakan kelompok usia yang paling sedikit. Secara keseluruhan, mayoritas responden berada pada rentang usia awal 20-an.

Setelah itu, dilanjutkan ke *post-test* dengan 100 responden. Penelitian ini telah melakukan uji validitas untuk memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mengukur apa yang ingin diukur. Hasil uji menunjukkan bahwa semua pertanyaan dinyatakan valid, artinya setiap pertanyaan berkontribusi secara signifikan dalam mengukur konsep yang diteliti. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi item-total yang jauh lebih tinggi dari nilai kritis yang ditentukan. Setelah dinyatakan valid, instrumen penelitian juga diuji reliabilitasnya. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi jawaban responden. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki reliabilitas yang baik, artinya instrumen tersebut dapat diandalkan untuk menghasilkan data yang konsisten. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat untuk digunakan dalam analisis data lebih lanjut. Dengan demikian, data yang diperoleh dari instrumen penelitian ini dapat dianggap sebagai data yang valid dan reliabel, sehingga dapat digunakan untuk mendapatkan hasil yang akurat.

Dilanjutkan dengan hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Artinya, data memenuhi asumsi normalitas yang merupakan syarat penting dalam analisis parametrik karena nilai signifikansi sebesar 0,200 yang lebih besar dari tingkat signifikansi yang umum digunakan, yaitu 0,05.

**Tabel 1.** Hasil Uji Normalitas

Unstandardized Residual		
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.84890252
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.047
	Negative	-.073
		.073

Asymp. Sig. (2-Tailed)

.200<sup>c,d</sup>

Sumber: Olahan Data Peneliti

Berdasarkan informasi dari tabel dibawah, Terpaan media mempunyai nilai toleransi diatas 0,1 yaitu sebesar 0,428 dan nilai VIF dibawah 10 yaitu 2,334 sehingga X1 disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas. *Celebrity worship* mempunyai nilai toleransi diatas 0,1 yaitu sebesar 0,428 dan nilai VIF dibawah 10 yaitu 2,334 sehingga X2 disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

**Tabel 2.** Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	0,428	2,334
	X2	0,428	2,334

Sumber: Olahan Data Peneliti

Analisis Regresi Berganda berfungsi sebagai uji yang mengetahui apakah terdapat efek antara atau tidak variabel independen ke variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini diperoleh nilai konstanta sebesar 5,432. Dengan demikian, Dapat disimpulkan bahwa ketika nilai variabel independen adalah 0 (tetap), maka nilai variabel dependen akan mencapai 5,432. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, variabel X1 memiliki nilai positif (-) sebesar 0,291, artinya dapat dipahami bahwa jika variabel tersebut mengalami kenaikan satu poin, maka variabel Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,291 atau 29,1%. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, variabel X2 memiliki koefisien positif (+) sebesar 0,221, artinya dapat dipahami bahwa jika variabel tersebut mengalami kenaikan satu poin, maka variabel Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,221 atau 22,1%.

Uji F adalah uji yang digunakan untuk menilai apakah terdapat hubungan atau tidak antara setiap variabel independen dengan setiap variabel dependen. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi (sig) sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi yang umum digunakan, yaitu 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa model regresi yang dibangun secara keseluruhan signifikan. Artinya, setidaknya satu atau lebih variabel independen dalam model memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil uji F di atas, dapat disimpulkan bahwa baik variabel terpaan media maupun variabel *celebrity worship* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat adiksi drama Korea pada kalangan dewasa awal. Dengan kata lain, kedua variabel independen tersebut berkontribusi dalam menjelaskan variasi dalam tingkat adiksi drama Korea.

**Tabel 3.** Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	Constant	5,432	1,657		3,277	0,001
	X1	0,291	0,135	0,288	2,146	0,034
	X2	0,221	0,119	0,249	1,857	0,066

Sumber: Olahan Data Peneliti

Jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, maka ada beberapa pengaruh yang signifikan. Berikut hipotesis penelitiannya H1 : Terdapat Pengaruh Signifikan antara Terpaan Media (X1) terhadap Adiksi Drama Korea (Y); H2 : Terdapat Pengaruh Signifikan antara *Celebrity Worship* (X2) terhadap Adiksi Drama Korea (Y). Dapat disimpulkan bahwa hasil hipotesis pertama diterima (berpengaruh) dan hipotesis kedua ditolak (tidak berpengaruh).

**Tabel 4.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,503	0,253	0,238	2,878

Sumber: Olahan Data Peneliti

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel terpaan media dan *celebrity worship* secara bersama-sama mampu menjelaskan sekitar 25,3% dari total variasi dalam tingkat adiksi drama Korea pada kelompok dewasa awal. Artinya, kedua faktor ini memiliki kontribusi yang signifikan terhadap tingginya tingkat adiksi, namun masih ada sekitar 74,7% variasi yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang belum dikaji dalam penelitian ini. Koefisien determinasi (R-square) digunakan untuk mengukur seberapa baik model regresi dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen.

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi hubungan yang signifikan antara terpaan media dan tingkat adiksi menonton drama Korea pada kalangan dewasa awal. Semakin sering seseorang terpapar konten drama Korea, semakin besar kemungkinan mereka untuk kecanduan. Selain itu, penelitian juga menemukan bahwa *celebrity worship* dapat memperkuat pengaruh terpaan media dalam meningkatkan tingkat adiksi. Meskipun *celebrity worship* sendiri tidak secara langsung menyebabkan adiksi, namun ketika dikombinasikan dengan frekuensi menonton yang tinggi, efeknya menjadi lebih kuat. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor sosial dan psikologis seperti identifikasi dengan tokoh favorit dan keinginan untuk menjadi bagian dari komunitas penggemar juga berperan penting dalam membentuk perilaku menonton yang intensif.

### **Pengaruh secara Parsial Terpaan Media terhadap Tingkat Adiksi Menonton Drama Korea pada Kalangan Dewasa Awal**

Penelitian ini telah menunjukkan adanya pengaruh yang kuat antara terpaan media dengan tingkat adiksi menonton drama Korea. Semakin sering seseorang terpapar dengan konten drama Korea, semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk kecanduan. Temuan ini sejalan dengan teori-teori komunikasi yang menyatakan bahwa eksposur yang berulang terhadap suatu stimulus dapat meningkatkan minat dan keterikatan individu terhadap stimulus tersebut. Sejalan dengan penelitian (Khairiah et al., 2022), sebuah terpaan media dapat mempengaruhi kehidupan seseorang. Terutama ketika mereka mulai merubah gaya hidup mereka dan ingin mengikuti gaya hidup dari para artis yang diidolakan. Hal ini dapat dianggap sebagai adiksi karena semakin

banyak paparan media, semakin mungkin seseorang terjebak di dalam kehidupan dramanya.

Dalam penelitian ini, terpaan media diukur melalui tiga indikator utama, yaitu frekuensi, perhatian, dan durasi (Ristia Amalia et al., 2019). Frekuensi mengacu pada seberapa sering seseorang menonton drama Korea, perhatian mengukur tingkat konsentrasi saat menonton, dan durasi menunjukkan lamanya waktu yang dihabiskan untuk menonton. Ketiga indikator ini secara bersama-sama memberikan gambaran yang komprehensif tentang tingkat terpaan media seseorang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai pada ketiga indikator terpaan media tersebut, semakin tinggi pula tingkat adiksi seseorang terhadap drama Korea. Hal ini dapat dijelaskan karena semakin sering seseorang terpapar dengan konten drama Korea, semakin besar kemungkinan mereka untuk terbiasa dengan gaya hidup, budaya, dan bahasa Korea yang ditampilkan dalam drama tersebut. Selain itu, perhatian yang tinggi dan durasi menonton yang lama juga berkontribusi terhadap terbentuknya ketergantungan emosional terhadap karakter dan alur cerita dalam drama Korea.

Pada uji T, hasil  $X_1$  dapat dilihat lebih kecil dari 0,05 sehingga dikategorikan sebagai berpengaruh positif. Sesuai dengan jurnal yang pernah diterbitkan sebelumnya, terpaan media memengaruhi gaya hidup dari para penggemarnya. Perilaku dari para penggemar sangat dipengaruhi dari seberapa banyak mereka mengonsumsi. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan-temuan sebelumnya dan memberikan kontribusi pada pemahaman yang lebih baik mengenai dampak terpaan media terhadap perilaku individu.

### **Pengaruh secara Parsial *Celebrity Worship* Secara Parsial terhadap Tingkat Adiksi Menonton Drama Korea pada Kalangan Dewasa Awal**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara hipotesis awal dengan temuan yang diperoleh. Awalnya, peneliti menduga bahwa *celebrity worship* terhadap aktor drama Korea akan memiliki pengaruh positif terhadap tingkat adiksi menonton drama Korea. Logika yang mendasari dugaan ini adalah bahwa rasa kagum terhadap aktor akan mendorong penonton untuk terus mengikuti karya-karyanya. Namun, hasil analisis data tidak mendukung hipotesis tersebut. Berdasarkan literatur yang telah dikaji, *Celebrity worship* mencakup berbagai bentuk kekaguman, mulai dari individu (aktor, penyanyi), karya-karya mereka (lagu, film, drama), hingga gaya hidup yang mereka representasikan. Dengan demikian, minat terhadap seorang aktor drama Korea tidak secara otomatis berbanding lurus dengan tingkat adiksi menonton drama Korea secara keseluruhan.

Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pemahaman kita tentang hubungan antara *celebrity worship* dan konsumsi media. Meskipun *celebrity worship* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen, pengaruh tersebut tidak selalu linier atau spesifik pada satu jenis konten media. Dalam konteks drama Korea, faktor-faktor lain seperti kualitas cerita, genre, dan ketersediaan platform streaming kemungkinan memiliki peran yang lebih dominan dalam menentukan tingkat adiksi penonton.

### **Pengaruh Terpaan Media dan *Celebrity Worship* secara Simultan terhadap Tingkat Adiksi Menonton Drama Korea pada Kalangan Dewasa Awal**

Penelitian ini mengungkapkan adanya interaksi yang kompleks antara terpaan media dan *celebrity worship* dalam mempengaruhi tingkat adiksi menonton drama Korea sebesar 25,3%. Kedua variabel ini saling memperkuat satu sama lain dalam

membentuk perilaku menonton yang intensif. Paparan yang berulang-ulang terhadap budaya Korea, gaya hidup, dan kisah-kisah yang disajikan dalam drama dapat memicu rasa ingin tahu dan keingintahuan yang lebih besar. Di sisi lain, *celebrity worship* berperan sebagai katalisator yang memperkuat pengaruh terpapar media. Ketika individu mengagumi seorang aktor atau aktris tertentu, mereka cenderung lebih memperhatikan karya-karya yang dibintangi oleh idola mereka. Hal ini membuat mereka lebih terpapar pada konten drama Korea dan semakin terikat dengan dunia hiburan tersebut.

Mekanisme di balik pengaruh gabungan ini dapat dijelaskan melalui beberapa faktor. Pertama, identifikasi dengan tokoh-tokoh favorit dapat menciptakan perasaan keterikatan emosional yang kuat, sehingga individu merasa perlu untuk terus mengikuti perkembangan idola mereka. Kedua, keinginan untuk menjadi seperti idola dapat mendorong individu untuk meniru gaya hidup dan minat yang sama, termasuk kebiasaan menonton drama Korea. Terakhir, komunitas penggemar yang terbentuk di sekitar drama Korea dapat memberikan dukungan sosial dan memperkuat perilaku menonton yang intensif.

#### **4. Simpulan**

Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan, data menunjukkan bahwa frekuensi terpapar media secara langsung berkontribusi pada meningkatnya kecanduan drama Korea di kalangan dewasa awal. Semakin sering seseorang terpapar media, semakin tinggi pula kecenderungannya untuk kecanduan drama Korea. Di sisi lain, perilaku memuja selebriti (*celebrity worship*) tidak terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kecanduan drama Korea. Namun, ketika kedua variabel, yaitu frekuensi terpapar media dan perilaku memuja selebriti, dipertimbangkan secara bersama-sama, keduanya secara signifikan berkontribusi pada peningkatan kecanduan drama Korea.

#### **5. Ucapan Terima Kasih**

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, responden, dan seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini.

#### **6. Daftar Pustaka**

- Aiman, U., Jannah, K. A. M., Fadilla, S. H. Z., M.Kes. Masita, M. Pd. I. Ns. T. S. Kep., & M.Pd. Meilida Eka Sari, M. Pd. M. K. N. A. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Ananda, H. N., Arpandy, G. A., & Ariani, L. (2024). Pengaruh Celebrity Worship Terhadap Perilaku Impulsive Buying pada Penggemar Pembeli Merchandise Jaemin NCT Dream. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 17. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2832>
- Fiolitha, M. (2020). PERANAN TEKNOLOGI AUDIOVISUAL DALAM FENOMENA HALLYU SEBAGAI BUDAYA DAN GAYA HIDUP REMAJA DI JAKARTA. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 22(2), 184. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v22i2.2729>

- Herawati, E., & Utami, L. W. (2022). Adiksi Internet Menyebabkan Masalah Emosional Dan Perilaku Pada Remaja. *Biomedika*, 14(1), 74–80. <https://doi.org/10.23917/biomedika.v14i1.17126>
- Josephine, J., Priyowidodo, G., & Tjahyana, L. J. (2019). Pengaruh Terpaan Media Pada Official Page Facebook Najwa Shihab Terkait Pemilihan Presiden 2019 Terhadap Pengambilan Keputusan Pemilih Dalam Menentukan Presiden Pada Pemilihan Presiden 2019. *E-Komunikasi*, 7(2), 1–9.
- Khairiah, K., Puspasari, C., Candrasari, R., & Husniati, A. M. (2022). Terpaan Drama Korea Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, 3(2), 410. <https://doi.org/10.29103/jspm.v3i2.4013>
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Pakpahan, N. S., & Hayati, N. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 134. <https://doi.org/10.30829/jai.v11i1.11923>
- Marlin Benu, J. Y., Takalapeta, T., Nabit, Y., Studi Psikologi, P., & Kesehatan Masyarakat, F. (2019). Perilaku Celebrity Worship pada Remaja Perempuan. In *Journal of Health and Behavioral Science* (Vol. 1, Issue 1).
- Okmy Intan Cahyani, Alif Muhammad Zakaria, & Faatihatul Ghaybiyyah. (2022). the Effect of Celebrity Worship and Loneliness on Internet Additional Trends in Adolescent K-Pop Fans. *Jurnal Penyuluhan Agama*, 9(2), 195–208.
- Putri, A. (2022). *Prosiding Jurnalistik Hubungan Kontrol Diri dengan Kecanduan Menonton Drama Korea pada Dewasa Awal*.
- Qomariah, & Nofianti, L. (2017). *Metode Penelitian Survey*. 11(1), 92–105.
- Ristia Amalia, K., Jamanie, F., & Wahyuni Arsyad, A. (2019). Pengaruh Terpaan Film Uang Panai' Maha (R)L Terhadap Persepsi Mahasiswa Tentang Tradisi Uang Panai' Suku Bugis di Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 218–231.
- Saragih, E. S. (2020). Kontrol Diri dan Kecenderungan Internet Addiction Disorder. *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, 4(1), 57. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v4i1.1859>
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. *Jurnal Infortech*, 4(2), 141.
- Setyanto, Y., Winduwati, S., & Utami, L. (2017). No Title. *Perilaku Bermedia Remaja Awal Terhadap Sosok Idolanya (Kajian Parasosial Remaja Tingkat Awal Sebagai Efek Penggunaan Media Baru) Early Adolescent Behavior On Media Toward Idol Figure (Parasocial Study On Preliminary Youth As An Effect Of New Media)*, 7, 14.
- Sparta, S., & Rheadanti, D. K. (2019). Pengaruh Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI. *EQUITY*, 22(1), 12–25. <https://doi.org/10.34209/equ.v22i1.903>
- Subakuh, A. R., & Febrieta, D. (2024). *Celebrity Worship dan Citra Tubuh pada Komunitas Penggemar K-Pop*. 4, 1321–1330.
- Tansy, S., & Kuniawati, M. (2023). Pengaruh celebrity worship syndrome terhadap psychological well-being Army BTS. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(6), 5796–5805.